

“恒源祥文学之星”总决赛暨颁奖典礼在沈举行

10月31日,中国中学生作文大赛(2021~2022)“恒源祥文学之星”总决赛暨颁奖典礼在沈阳举行。本届作文大赛由中国中学生作文大赛组委会主办、恒源祥(集团)有限公司协办、辽宁教育学院承办,旨在传承中华优秀传统文化,弘扬民族精神,推动广大师生养成爱读书、读好书、善读书的良好习惯,提高中学生的思想道德水平、文学修养和写作能力,以实际行动庆祝党的二十大胜利召开。

本届作文大赛以“追寻那一束光”为主题,吸引了来自全国近1000万中学生参赛,经过重重选拔,

全国22个赛区的128名中学生中脱颖而出,成功入围总决赛。总决赛采取线上、线下结合的比赛方式,经过笔试、口试及演讲比赛,最终产生初、高中组各10名“文学之星奖”、各10名“文学之星提名奖”,初、高中组共4名单项奖。颁奖典礼期间,由辽宁省名师团队和大赛组委会成员等组成的专家团队带来了“写作教学中,如何追寻那一束光”和“文学:追寻有意义的人生”两场高峰论坛。

中国中学生作文大赛是一项面向全国中学生的公益赛事,自2004年以来已成功举办17届,现已成为全国规模最大、规格最高、参与人数最多、辐射影响最广的中学生赛事。中国中学生作文大赛不仅为广大热爱写作的中学生提供了展示才华的舞台,更为弘扬中华文化、充分展现当代中学生精神风貌搭建了交流互鉴的平台。(侯晓丽)

特别报道

草莓音乐节是国内规模最大的音乐节之一,由独立音乐公司摩登天空于2009年创办。它代表的不仅是一场音乐盛会,更是一种美好、多元、潮流的生活方式,表达着中国年轻人的生活态度。但音乐流媒体大潮、3年新冠疫情的冲击,草莓音乐节和摩登天空都开始面对“改变”这一命题,“融合”“破圈”也频频出现在其业务布局中。面对数字化、元宇宙、Z世代这些新机遇,草莓音乐节将走向哪里?本报记者独家专访摩登天空副总裁、摩登天空现场音乐事业群负责人张骞。



摩登天空:共创现场音乐新模式

中国出版传媒商报记者 靳艺昕

和音乐人共创草莓音乐节

提起草莓音乐节的关键词,摩登天空副总裁、摩登天空现场音乐事业群负责人张骞反复提到“共创”。许多音乐人或乐队在演出之外,还有其他值得挖掘和被看到的才能,比如手作、瑜伽、潮牌、美食、视觉艺术、建筑设计等。草莓音乐节希望找到每个音乐人的可能性,和他们共创出新内容、新形态,在音乐节的场景中让观众分享。

从共创的创意想到讨论可行方案,再到现场落地,张骞和团队需要和音乐人反复沟通、拆解方案、核算成本,以及在有限的搭建周期内落地详细的运营计划。比如为擅长手作的音乐人在音乐节活动区设置小店;为希望扶持“后浪”的资深音乐人搭建临时舞台,让他与年轻音乐人合作演出;为爱好烹饪的音乐人在餐饮区准备“草莓厨房”,在固定时段为观众烹饪美食、调酒、制作咖啡……

此外,张骞对草莓音乐节的全方位升级还有许多设想。首先是AR(增强现实)技术在音乐节的应用,目前摩登天空已完成相关技术开发和内容创作,从今年的长沙站开始逐步投入音乐节现场的AR互动体验。二是在音乐节中增加看表演之外,提升餐饮服务。三是草莓音乐节将持续关注“在地”,与每个站次、每个城市相融合,让音乐节更有生机、有温度。四是通过舞台设施和音响设备的升级,为观众带来更丰富和立体的现场演出体验。

现场音乐在夹缝中找机会

现场音乐演出包括演唱会、音乐节、直播表演等,张骞介绍说,落地一场音乐节至少需要9个相关管理部门的审批,比如安全生产监督管理局检查舞台搭建安全、消防局确认消防设施、文化和旅游部关注内容审核、食品药品监督管理局监督食品安全、卫生健康委员会把控疫情防护等。

在市场环境稳定的情况下,音乐节有足够的筹备和落地时间,但是2022年疫情反弹延宕带来的不确定性压缩了音乐节的准备周期。张骞惋惜地说:“我们要优先把控制好音乐节的主体演出内容,很遗憾缺少时间完善其他互动项目”。而当计划内的演出被迫延期或取消时,制作方需要承担时间、精力、财务成本等前期投入的严重损失。面对疫情下波动较大的现场演出市场,张骞直言,在不稳定性过高的情况下还要全力以赴,对团队的打击和带来的直接损失会很大,停办演出虽能规避风险,但这是消极的面对方式。

在张骞看来,在不确定的市场环境中,音乐演出企业很难做到风险控制管理和止损,能做到的是加快反应速度、提升运营效率,损失才能相对可控。当有一个“夹缝”可以举办音乐演出活动,就要依靠团队的高效运营在夹缝中寻找机会。

云演出下的数字消费新场景

线上演出,是摩登天空在疫情背景下的短期尝试。2020年至今,摩登天空系列线上演出实现了对现场演出的有力补充,是企业主要收入来源之一。摩登天空开创了“宅草莓”线上音乐节、“草莓星云”在线演唱会等云演出项目,市场关注度高,实现了比较理想的商业化结果。

摩登天空的第一个云演出项目是“宅草莓”线上音乐节,第一季“宅草莓”从策划、筹备到上线只用了3天时间,向乐迷观众展示了30多组音乐人丰富的居家生活,作曲教学、带娃日常、做菜健身、手工文创……直播中穿插音乐人们曾经在草莓音乐节的精彩演出片段。第二季“宅草莓”规模更大,包括张韶涵、朴树等90多组音乐人参加。

在此之后,摩登天空内部自发组成了多个跨部门、跨职级的创新小组,促成摩登天空与众多互联网平台达成线上音乐会、演唱会、音乐节等多种形态的直播合作。合作通常由摩登天空与互联网平台共同完成项目开发,再寻找赞助商;或者由平台“兜底”,如果未达成赞助商签约目标,则由平台向摩登天空支付项目成本。这样的合作模式受制于赞助方,项目转化率缺少保障,摩登天空的提案最终仅有10%~20%的转化率。张骞意识到,继续走这条路会逐渐偏离音乐演出轨道,无异于做电视节目,真正

的演出自救是要实现用户对内容付费。

“草莓星云”在线演唱会进入张骞的视野,“草莓星云”付费演出直播计划是为音乐人定制的云演唱会,以18元的门票定价向网络用户个人售票,多个播放渠道全网分发。由痛仰乐队带来的“草莓星云”首场演出,在爱奇艺、优酷、正在现场3家平台付费直播,线下同步在全国60余家Livehouse播放,吸引超过38万观众同时在线观看,验证了音乐线上演出内容付费模式的可行性。

在张骞看来,缺少现场演出条件时,云演出是一个合适的替代选择。摩登天空的快速应变对音乐行业起到了引领效应,为企业带来了特殊时期的营收;但是在现场演出市场重新恢复后,线上付费的演唱会模式将不再成立,云端联动无法真正代替现场演出时人与人之间有温度的连接和情绪共振。

张骞理想中的线上演出是元宇宙世界的,具有超现实主义的演出体验,仿佛身临其境,交互性极强。今年,摩登天空年度战略全面布局虚拟生态,打造了首位虚拟音乐人Miro,关注自有IP的数字藏品开发。张骞介绍说,摩登天空构建的虚拟场景、探索和积累的数字资产,都是在尝试构建镜像世界中的产品生态和商业模式,要在不同时期媒介和技术的基础上创造摩登天空擅长的内容。

音乐内容进驻商业地产

进驻商业地产,是摩登天空布局实体业态的长期探索。张骞认为,音乐节、电影等文化产品消费频次低、用户复购率低,只有在IP基础上做进一步的衍生开发和异业合作,将其转变为服装、餐饮、主题乐园、表演场所等常态化消费方式,才有可能增加文化产品商业变现的可能性。

早在2016年,摩登天空就开始探索线下音乐空间,在上海和昆明孵化了新型现场演出空间Modern Sky Lab。今年,摩登天空计划将Modern Sky Lab延伸至重庆、济南、西安、温州、武汉5座城市。此外,“草莓Town”作为草莓音乐节的分型IP,整合了现场音乐、潮流市集、艺术装置等多元化内容,以小体量、没有地理区域限制的优势迅速

打开全国市场,落地广州、石家庄、盐城等不同规模城市的商业中心,收入来源包括商业中心投资、进驻和巡回赞助商以及客户直接消费。

今年,摩登天空与武汉城市风貌集团携手,正以城市更新的改造方式将武汉民众乐园这栋穿越百年的历史建筑升级为以音乐节场景来打造的文化商业综合体。张骞介绍说,这一尝试对音乐公司是颠覆性的商业探索。始建于1919年的武汉民众乐园,曾是城市文化地标、市民休闲文化生活聚集地,经历了解放前的综合性文化游乐中心、新中国成立后的百货商场、商业购物中心几次变迁。当下,通过摩登天空独有的音乐内容和青年文化IP赋能,让历史与未来重叠、传统与新潮融合,呈现一个音乐、艺术、活动、IP、场景与消费业态有机结合的城市文化新地标。

新的综合体将集合现场音乐、虚拟现实、视觉艺术、商业场景等内容,是一个集合摩登天空所有业态的立体作品。“不是购物中心‘mall’,而是节日庆典‘fest’,我们希望这个综合体给大家带来视觉、音乐艺术、潮流的盛宴,像是一场永不落幕的派对”,张骞介绍说。摩登天空负责综合体的IP导入、改造设计和场景艺术化表达,Modern Sky Lab和跳舞俱乐部等主力店由摩登天空自营,预计将于2023年5月开业。同时,摩登天空与武汉民众乐园业主方武汉城市风貌集团合资成立了商业管理公司负责新综合体的运营管理,具体包括前期招商以及后期商管、运营。

面对摩登天空多元业态的消费者,张骞认为,无论是现场演出、线上演唱会的观众,再或是去武汉民众乐园的顾客,群体属性十分相似,都是摩登天空音乐演出消费市场的受众。把用户看成三个圈的话,乐迷是第一个圈,现场音乐表演和潮流文化的爱好者是第二个圈,第三个圈可能是消费大众;“武汉民众乐园摩登天空FEST”作为创新型文化商业综合体,有机会扩充更多的外延用户。音乐节能容纳数万观众,商业中心的年人流量可以达到数百万级,且用户消费频次变得更高。同时张骞坦言,这次实验挑战很大,设想加入的多种业态是否成立、部分创新业态经营效率有待验证,只有综合体高效运营和财务良性循环,经营才会长远。

刊社动态

《审计观察》创刊5周年:立足行业发展需求,推动实践新发展

中国出版传媒商报讯 为深入贯彻落实党的二十大精神,《审计观察》杂志在近日出版的总第51期杂志(今年第11期)中,特别开设“全面深入学习贯彻党的二十大精神”专栏,营造唱响主旋律、奋进新征程的浓厚氛围。

自2017年创刊以来,《审计观察》坚持以“独特视角看经济,纵深深入话改革”为办刊理念,以打造“具有审计特色的财经类轻学术期刊”为定位,陆续策划并推出了一批具有专业性、可读性、前瞻性的深度文章,成为记录和展现新时代审计工作成果的重要宣传阵地之一,为开展研究型审计提供了丰富的信息服务平台。

《审计观察》编辑部用初心、耕耘和责任三大关键词诠释了这5年来的发展历程。这些年来,编辑部立足于服务审计事业发展,牢牢把握正确政治方向和价值导向,一方面尽自己的努力密切跟踪和呈现审计研究的前沿动态,另一方面尝试引领和推动审计实践的发展走向,陆续策划出具有审计特色的高水平内容,

出版领域首家教育部工程中心立项

中国出版传媒商报讯 近日,由武汉理工大学牵头申报的数字出版智能服务技术教育部工程研究中心获批培育建设项目,是国内出版领域首家教育部工程中心。

数字出版智能服务技术教育部工程研究中心以武汉理工大学为依托,联合武汉理工数字传播工程有限公司、电子工业出版社有限公司、中国地图出版集团、北方国家版权交易中心等单位,组建了一支高水平学术科研队伍。

中心依托单位武汉理工大学将数字出版智能服务列为学科建设支持重点,形成了完善的算法研究、技术研发、产品开发、产业化应用、人才培养

不仅获得了行业专家学者的信任与期待,也在不断的探索中,进一步积蓄和明确了前进的动力与方向。

随着媒体融合不断走深走实,这样一家行业领域的新型主流媒体如何加强全媒体传播体系建设、与时俱进、持续焕发新生命力、发挥更大的作用成为《审计观察》编辑部面临的新课题。据悉,《审计观察》杂志已经开始尝试全媒体融合联动,坚持传统媒介与新型媒介双轨并行的发展思路,在微信公众号、人民日报客户端、澎湃新闻客户端等多个新媒体平台上开设内容分发账号,加强品牌建设和自主权,不断推出精品内容,并获得了多家单位的表彰与认可。目前《审计观察》新媒体平台粉丝数及影响力均位居同行业媒体的前列。

《审计观察》杂志负责人表示,杂志未来将与更多机构开展多领域合作,充分发掘优秀内容资源,不断探索新型合作模式,努力为行业提供更有品质的内容、更有价值的服务,以实际行动巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论。(聂慧超)

的创新体系和特色优势学科群,建设起点高,在相关领域承担了国家和地方科技重点项目10余项,拥有一批自主知识产权和良好市场前景的重大核心技术成果。

未来,数字出版智能服务技术教育部工程研究中心将立足在出版领域的研究优势,集聚创新资源与技术,加强产学研协同,开展数字出版智能服务领域的核心技术攻关、成果转化和产业应用,衔接上下游单位,深入推动传统出版行业与新兴技术的融合,布局建设集成攻关大平台,构建开放协同的出版业创新生态体系,以创新为引领驱动出版业知识服务化转型升级,实现高质量发展。(一鸣)

国际刊业

近日召开的世界期刊联盟柏林内部会议(FIPP Insider Berlin)充满了行业洞见,特别是与会者关于“复合型盈利模式”的讨论引发行业共鸣。这场内部会议在德国法布里克(Fabrik)艺术中心举行,同时召开了一场新媒体制作人大会(Media Makers Meet)。本次内部会议安排了多个主题的演讲,在场观众也分享了很多关于行业发展的真知灼见。

世界期刊联盟(FIPP)总裁兼CEO詹姆斯·休斯(James Hewes)致辞时,坦率地评估了当下的行业状况,分析了全球传媒业的总体情况,为更广泛的讨论抛砖引玉。休斯表示:“一个很有趣的现象是,今天我们依然还在谈论数字化转型问题。但如果你是一家在媒体技术领域运营的初创公司,并不存在真正的转型,因为转型就是你正在做的事情。对消费领域来说,最新一代数字原住民也是如此。但期刊行业是个传统的行业,我们正在经历巨变。”

休斯认为,期刊出版作为一个行业,需要做得更好的一件事是数字订阅产品的定价。“如果仔细观察就会发现,我们现在基本上是在用与20年前纸质出版相同的价格和方式获得曝光、完成销售。我们真的很擅长纸质出版和订阅业务,但突然转移到数字化领域,就似乎失去了‘集体智慧’,什么事也不能做了。事实上,我们能够做到的事情还很多,只是不能指望直接把我们20年前做的事情直接转移到今天的市场上。”休斯还提到,传媒业发展到今天,有一件事是公平的,那就是有影响力的不是记者,而是媒体具有极高的内容价值。“这就是传媒业还能持续不断向前发展的原因,我们在不断地向观众展示真正的价值。”

德国博达媒体集团(Burda International)业务发展主管西蒙·施蒂尔肯(Simon Stilcken)介绍了该公司的媒体转型经验。他介绍说,从博达的角度来看,目前存在着各种不同类型的社区,游戏玩家、美食家、自行车玩家,或者其他可能的社区类型,等等。因此,博达的首要任务是设计能够创造高情感参与的内容,并充分挖掘调动这些群体的激情。例如,可以通过各种各样的接触点来连接“吃货”群体,英国BBC的《美食》(BBC Good Food)杂志就是一个成功例子。除了杂志和数字食谱,还有各种活动、网络研讨会、独家报道,这类活动都能在互联网社区中发挥更积极的作用,而不是只能“隔空对话”。“我从事这个行业还不到20年,但在我看来,博达过去两年发生的变化是非常显著的。我们现在的作业是与读者建立双边关系,通过大量的社交媒体监测和直接反馈,已经对我们的互联网社区用户想要什么以及如何更好地服务于他们有了更好的想法。”

医学期刊《临床神经科学与康复进展》(Advances in Clinical Neuroscience & Rehabilitation Journal)的瑞秋·汉斯福德(Rachael Hansford)也认同这种做法。汉斯福德在活动开始前表示,当她在21世纪初第一次创办《临床神经科学与康复进展》这一独立出版物时,感觉“有点像绿野仙踪里的巫师,躲在窗帘后面,假装比自己更强大”。

从那以后,《临床神经科学与康复进展》取得了长足进步,但仍致力于专注小众群体,在独特细分领域开展工作。该杂志联合创始人兼出版人认为:“医疗人员必须不断提高技能、参与同行评审,并不断阅读最新的研究。他们在医学院学习5年,通常还需要8~10年的时间才能成为神经顾问医师,所以这肯定是一群被我们牢牢掌握的受众。”谈起杂志的盈利模式,他表示:“我们的杂志是一种广告资助模式,因为我们希望将这些信息传递给尽可能广泛的受众,而我从以前的工作中了解到,广告资助模式在这一领域是可行的。”

广告资助模式是InsurAds联合创始人兼首席执行官安德烈·托马斯·佩雷拉(Andre Tomas Parreira)最关注的领域。他表示,尽管订阅模式近来颇具吸引力,但传媒行业仍需要维持一种复合型盈利模式。佩雷拉说:“订阅模式当然是每家媒体都想要实现的。但发行商告诉我们,事实是只有超过2%的观众会选择订阅媒体,剩下绝大部分都是非订阅模式。传统广告模式有很多需要改进的地方,比如转向以注意力为基础的广告投放指标是未来的趋势,所以将订阅收入和广告收入结合起来的复合型盈利方法仍然是大多数媒体的选择。”

加拿大数字阅读平台PressReader有关负责人谈到了一些以前不曾想到的、关于疫情期间阅读习惯的有趣见解。PressReader品牌编辑部总监雨果·梅里诺·蒙特罗(Hugo Merino Montero)说:“仔细想想,PressReader的很多合作伙伴都在旅游业,包括酒店、机场、航空公司等,它们在疫情期间没有客流量。相反,图书馆出现了消费的大规模涌入。你一定不会想到这一点,因为人们无法真正在物理意义上去到图书馆。但很多图书馆在疫情期间开通了远程访问服务,在疫情期间人们经常通过线上方式访问图书馆。”

德国《图片报》(BILD)董事总经理卡洛琳·胡索福·波尔(Carolin Hulshoff Pol)表达了一些核心观点。《图片报》母公司阿克塞尔·施普林格(Axel Springer)集团近年来一直是数字化转型的先锋,并继续引领潮流。“我们意识到可以创建用户社群,这对内容生产和数字定价都有帮助。社群用户数据每晚都会更新,这意味着需要一个庞大的技术团队。当然也带来了挑战,你需要引进大量的技术开发人才,他们都拥有惊人的技术技能。但工作本身仍然是一个非常创造性的过程,需要对所有数据进行分析并得出结论。”

据波尔介绍,《图片报》的数字订阅用户现在大约有63万,几周前刚刚成立了忠实会员俱乐部,订阅人数迅速增加了1.1万。“如果我们与人们保持定期联系,并不断为他们提供价值,那么收入就会增长。作为一个传统的报纸品牌,能从受众那里得到更多直接的反馈也是很好的。因为在过去,《图片报》实际上只有出版和发行业务,而现在我们有了与用户直接的交流和沟通。”

世界期刊联盟内部会议:复合型盈利模式成为新选择

中国出版传媒商报记者 张馨宇